

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Anggota dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus mengenai pelaksanaan Bauran pemasaran Unit Niaga KPKB, dapat dilihat berdasarkan unsur – unsur produk, harga, lokasi dan promosi, dapat disimpulkan bahwa unsur – unsur bauran pemasaran tersebut sudah dijalankan oleh Unit Niaga KPKB dengan sebaik mungkin berdasarkan kebutuhan anggota. Penyediaan produk sesuai dengan pilihan anggota. Jika produk yang ditampilkan banyak peminat, maka akan terus dipajang. Namun jika sedikit, akan diganti. Dari sisi harga, Unit Niaga KPKB menyesuaikan dengan harga pasar. Untuk lokasi menurut mereka, telah merencanakan untuk membuka cabang lain. Karena dengan berlokasi hanya di Jl. Wastukencana No 5 belakang, untuk anggota yang ingin bertransaksi yang lokasi kerjanya jauh akan sangat kesulitan. Dan untuk promosi memang hanya memasang papan nama KPKB di depan Gedung koperasi. Namun mereka belum melakukan promosi yang dapat menarik anggota untuk bertransaksi.
2. Sedangkan pelaksanaan dan harapan anggota terhadap bauran pemasaran Unit Niaga KPKB, indikator promosi yang dianggap penting masih belum dijalankan dengan baik. Padahal untuk menarik

anggota untuk bertransaksi, perlu pelaksanaan bauran pemasaran yang baik, terutama promosi, supaya menciptakan loyalitas anggota.

3. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai loyalitas yang ditunjukkan anggota KPKB, dapat disimpulkan bahwa anggota KPKB menunjukkan sikap yang tidak loyal di semua unsur loyalitas.
4. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai hubungan bauran pemasaran dan loyalitas menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki korelasi dengan loyalitas, walaupun korelasi tersebut terbilang kecil.
5. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai upaya apa yang harus diperbaiki oleh KPKB dalam pelaksanaan bauran pemasaran agar loyalitas anggota pada Unit Usaha Niaga dapat meningkat, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran harus diperbaiki semuanya.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut di atas, maka untuk meningkatkan partisipasi anggota, perlu dilakukan saran – saran yang sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan bagi koperasi. Adapun saran – saran yang perlu Peneliti ajukan adalah sebagai berikut :

1. Seharusnya koperasi memberikan manfaat secara langsung berupa harga yang lebih murah. Dengan penetapan harga melalui metode *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran). Karena, jika melihat rencana keuntungan Unit Niaga di setiap tahunnya selalu melebihi target, maka tidak menjadi masalah jika keuntungan menurun namun

barang yang ditawarkan memiliki harga yang lebih murah daripada pesaing. Cara lain dengan cara mencari *supplier* lain yang memiliki harga yang lebih murah agar biaya pembelian barang.

2. Keterjangkauan anggota untuk mencapai KPKB dirasa penting namun masih kurang baik dalam pelaksanaannya. Harusnya KPKB memiliki akses yang mudah untuk dijangkau semua anggota. Dengan cara menempatkan KPKB dekat dengan area kantor anggota.
3. KPKB perlu membuka cabang lain yang berdekatan dengan kantor tempat anggotanya bekerja agar anggota tidak kesulitan untuk menjangkau KPKB.
4. Kemenarikan promosi dirasa penting oleh anggota agar anggota sendiri tertarik untuk bertransaksi. Contohnya dengan memberikan harga diskon atau promo barang murah untuk menarik minat anggota untuk bertransaksi.
5. Keefektifan promosi juga dianggap penting namun kurang dalam pelaksanaannya. Untuk itu, promosi yang efektif seperti penyediaan layanan *delivery order* yang memungkinkan seluruh anggota yang tersebar di seluruh kantor pemerintahan Kota Bandung dapat bertransaksi secara mudah. Dengan memesan melalui pesan singkat dan diantarkan pada satu waktu dan dibayar saat barang pesanan datang.
6. Dalam struktur organisasi KPKB seharusnya ditambahkan garis dari Unit simpan pinjam dan Unit Niaga menuju Anggota yang berarti posisi anggota sebagai pengguna Koperasi. Dan ditambah pula garis

dari anggota ke Rapat anggota yang menunjukkan anggota sebagai pemilik Koperasi.



IKOPIN